

В нових умовах банки повинні задовольняти потреби клієнтів і пропонувати нововведення на стику банківських, страхових і медичних закладів у сфері забезпечення охорони здоров'я населення; створювати соціально-орієнтовані інновації для місцевих громад, щоб поєднати бізнес-цілі з захистом навколишнього середовища при кредитуванні нових виробництв; бути «зеленими» банками, які просувають екологічну ідею в усі сфери життя; розвивати *privat banking*, бо ексклюзивні послуги для заможного клієнта завжди є інноваційними; вдосконалювати кредитне посередництво; конкуренція за клієнтів змушує банки створювати новачки для окремих соціальних груп населення (підлітків, студентів, сімейних пар, бажано і пенсіонерів), з управління депозитними рахунками («кмітливий вкладник») і грошовими потоками (*cash-менеджмент*) тощо.

Стимулювання інноваційного розвитку розвинених країн здійснюється в основному бюджетними засобами: фінансування цільових програм, податкові пільги, дотації. В Україні, де ресурси держави значно обмежені, першочергового значення набуває інноваційність банків, які повинні ефективно перерозподілять фінансові ресурси різних суб'єктів економіки та спрямовувати їх на стимулювання інноваційного розвитку країни.

*Т. А. Соболева, к.э.н., доцент,
доцент кафедри менеджмента,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
e-mail: soboleva_tatiana@mail.ru*

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ И АКТИВИЗАЦИИ

**Соболева Тетяна
Інноваційна діяльність
організацій: фактори впливу
і активізації**

**Soboleva Tatyana
Innovation activity
of organizations: factors
of influence and activization**

Разработка и внедрение инноваций уже давно рассматривается теоретиками и практиками бизнеса не только как модный тренд современного управления, но и как реальная возможность создания долгосрочной основы стратегического развития компании [1—4]. Инновации, таким образом, становятся ключевым фа-

котором конкурентоспособности, требуя от менеджмента компаний переосмысления философии бизнеса, построения новых бизнес-моделей, пересмотра политики, стратегий развития, а также используемых инструментов для их реализации.

Инновация, как экономический феномен, является сложной и многогранной категорией, что обуславливает необходимость рассмотрения и учета множества факторов, оказывающих влияние на протекание внутриорганизационных инновационных процессов. Такие факторы можно условно разделить на следующие группы: внешние по отношению к организации факторы, внутриорганизационные факторы и факторы, определяемые спецификой инновационной деятельности как таковой. Характер влияния внешних и внутренних факторов дополняется также и особенностями самих инноваций, разрабатываемых и внедряемых на предприятии.

Инновационная деятельность имеет ряд отличительных и присущих ей особенностей. Среди таких особенностей выделяются, как правило, большая капиталоемкость и длительный период окупаемости инновационных проектов. Как первый, так и второй факторы формируют высокую неопределенность и, как следствие, рискованность инновационной деятельности. Вследствие этого, требуется тщательный учет финансового потенциала компании, а также использование соответствующих инструментов для обоснования управленческих решений. Еще одна особенность заключается в том, что источником инновационных идей является человек, его умственный труд, результативность которого определяется творческими способностями и интеллектом. В данной ситуации фактором, определяющим успешность бизнеса, становится работа с персоналом [5]: подбор соответствующих кадров, обеспечение условий для творчества и повышения профессионализма сотрудников.

В этой связи важную роль играет инновационный потенциал компании как внутриорганизационный фактор обеспечения инновационной деятельности. Таким образом, большое влияние на характер инновационных процессов в компании оказывают количество и состав рабочей силы, творческие способности сотрудников; открытость или закрытость инновационной бизнес — модели; обеспеченность правовой защиты объектов интеллектуальной собственности; объемы привлеченного для финансирования инновационной деятельности капитала; возможности прогнозирования экономических, политических и других факторов внешней среды.

Среди внутриорганизационных факторов, определяющих и одновременно повышающих инновационную активность компании, следует выделить эффективный инновационный менеджмент, а также способность руководства создавать и поддерживать распространение инновационной культуры. Данные факторы действуют во взаимосвязи, поскольку провозглашение инновационных ценностей осуществляется руководством компании через управленческие инструменты планирования и лидерства. Закрепление и распространение таких ценностей также зависит от использования организационных и мотивационных инструментов. Высокая инновационная культура, в свою очередь, оказывает влияние на интенсивность и качество протекания инновационных процессов в организации.

Современная компания при определении своей бизнес-модели, в том числе особенностей ведения инновационной деятельности, должна обязательно учитывать внешние по отношению к ней факторы. Помимо постоянного мониторинга и прогнозирования трендов технологических, экономических и других макро-факторов, корпорации должны учитывать и стремиться обеспечивать баланс интересов всех внешних стейкхолдеров. Данное условие во многом определяет стоимость «гудвила» компании, ее репутацию на рынке, степень лояльности, доверия к бренду и, как следствие, уровень конкурентоспособности и стратегического потенциала развития в будущем.

Литература

1. Гончарова Н. П. Инновационность конкурентных факторов экономического развития / Н.П. Гончарова // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — № 3. — С. 43—51.
2. Джордж М., Ворс Дж., Вотсон-Хемфилл К. Стремительные инновации / Пер. с англ. — К.: Companion Group, 2006. — 350 с.
3. Стратегический синергизм / Кемпбелл Эндрю, Кэтлин Саммерс Лачс. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2004. — 416 с.
4. The Organization of the Future: Strategic Imperatives and Core Competencies for the 21st Century / D.A.Nadler, M.L.Tushman // IEEE Engineering Management review, 2001. — Vol 27. — No. 4. — P. 62—81.
5. Дафт Р. Менеджмент. 8-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина. — СПб.: Питер, 2009. — 800 с.